

E-COMMERCE SEBAGAI DIGITALISASI EKONOMI DAN KETIMPANGANNYA DI INDONESIA

Arinal Karima¹
¹Universitas Gadjah Mada

ARTICLE INFO

Submit : November 29, 2025

Revised : December 7, 2025

Accepted : January 19, 2026

ABSTRACT

Abstract: The presence of e-commerce is a development of economic digitalization, of course, this development has a significant impact on people who do not have access to smart devices and e-commerce applications. However, however, the inequality of infrastructure development such as electricity and cellular networks and the unevenness of the transfer of knowledge make inequality in the digitalization of the economy in Indonesia. Therefore, it is important to be able to understand how the state and government should respond to this. This qualitative research a literature study method approach using academic journal sources, books, and electronic newspapers. Analysis of the results of the study concluded that the presence of phenomenon in Indonesia is a form of globalization entry from America to Indonesia which is characterized by widespread digitalization, especially in the economic sector which can help sellers and buyers to make transactions easily and quickly, but this makes inequality in human development and infrastructure development caused by the speed of change driven by globalization itself. The government in responding to the presence of globalization has also launched a 3T (Frontier, Outermost, Disadvantaged) regional development program for equitable development even though the result is that there are still some areas that have not been touched by the development.

Keywords: E-Commerce; digitalization of the economy; inequalities

Abstrak: Hadirnya e-commerce turut menjadi perkembangan digitalisasi ekonomi, tentunya perkembangan tersebut memiliki dampak yang cukup berarti bagi masyarakat yang tidak memiliki akses pada perangkat pintar dan juga aplikasi e-commerce. Akan tetapi, mau bagaimana pun, ketidakmerataan pembangunan infrastruktur seperti aliran listrik dan jaringan seluler serta ketidakmerataan pentransferan ilmu pengetahuan menjadikan ketimpangan dalam digitalisasi ekonomi di Indonesia. Maka dari itu, penting untuk bisa memahami bagaimana seharusnya negara dan pemerintah merespon hal tersebut. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan metode studi kepustakaan dengan menggunakan sumber jurnal akademik, buku, dan koran elektronik. Analisis hasil dari penelitian menyimpulkan bahwasannya fenomena hadirnya e-commerce di Indonesia merupakan salah satu bentuk masuknya globalisasi dari Amerika ke Indonesia yang ditandai dengan meluasnya digitalisasi terutama di bidang perekonomian yang dapat membantu para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dengan mudah dan cepat, tetapi hal tersebut menjadikan ketimpangan pada pembangunan manusia dan pembangunan infrastruktur yang disebabkan adanya kecepatan perubahan yang didorong oleh globalisasi itu sendiri. Pemerintah dalam merespon hadirnya globalisasi turut mencanangkan program pembangunan daerah 3T (Terdepan,

Terluar, Tertinggal) untuk pemerataan pembangunan meski hasilnya pun masih ada beberapa daerah yang belum terjamah akan pembangunan tersebut.

Kata Kunci: *E-Commerce*; digitalisasi ekonomi; ketimpangan

Pendahuluan

Saat ini masyarakat di dunia sudah dapat saling terhubung satu sama lain. Melalui pengembangan berbagai macam ilmu pengetahuan, para ilmuwan menciptakan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat canggih. Alhasil, jarak di antara manusia seakan hanya menjadi sejengkal saja. Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut pun, memungkinkan manusia dari satu suku bangsa saling berkomunikasi dan bertukar pikiran pada suku bangsa yang lain. Di sanalah proses pertukaran budaya disatukan secara global. Selain berkomunikasi, dengan adanya teknologi informasi tersebut memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan akses atas berbagai macam informasi terkait dengan kebutuhan hariannya, mulai dari informasi berkaitan dengan kesehatan, kecantikan, mode pakaian, hingga urusan dapur. Fenomena pencarian informasi keseharian masyarakat tersebut dipandang perusahaan teknologi sebagai salah satu peluang untuk menyebarkan nilai-nilai modernitas atau kemudahan dalam melakukan berbagai hal tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih dalam hal energi, salah satunya dengan *platform* belanja *online* atau *e-commerce*.

Pradana (2015) mendefinisikan *e-commerce* sebagai proses transaksi yang dilakukan secara digital seputar penjualan atau pembelian barang atau jasa antara rumah tangga, individu, pemerintah dan organisasi publik atau swasta lainnya dengan memanfaatkan jaringan internet melalui media elektronik. *E-commerce* juga memiliki karakteristik sendiri, yaitu (1) memiliki situs web belanja *online* untuk penjualan ritel langsung ke konsumen; (2) memiliki partisipasi dalam pasar *online* yang fokusnya memproses bisnis ke konsumen (B2C) atau konsumen ke konsumen (C2C); (3) penjualan *business to business* (B2B); (4) pengumpulan dan penggunaan data demografi melalui kontak web dan media sosial; serta (5) pertukaran data elektronik *business to business* (B2B).

Sejarah munculnya istilah *e-commerce* di Indonesia dimulai pada tahun 1990-an, dimana saat itu para penjual yang memiliki akses layanan internet mengiklankan barang

jualannya di dunia maya. Namun pada saat itu, proses penjualan tetap dilakukan secara konvensional, yaitu dengan cara menelpon untuk memberikan informasi barang yang hendak dibeli oleh pembeli. Lalu kemudian setelah pembeli mengirimkan uang melalui transfer antar bank, penjual akan mengirimkan barang tersebut ke alamat pembeli. Selanjutnya, muncul *platform* jual beli *online* buku pada situs sanur.com yang saat ini *platform* tersebut sudah tidak aktif kembali. Dari fenomena tersebut, berkembanglah situs *e-commerce* di Indonesia di berbagai bidang, mulai dari transportasi, makanan, fashion, dan masih banyak lagi. Banyaknya *e-commerce* yang tersedia di Indonesia, memudahkan masyarakat untuk dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi jual beli secara mudah. Sistem dalam aplikasi jual-beli *online* tersebut pun juga telah dilengkapi dengan sistem pembayaran secara *online*, mulai dari melakukan pengiriman uang antar bank, sistem pembayaran kredit hingga uang elektronik.

Berkembangnya sistem *e-commerce* di Indonesia memberikan dampak positif bagi para penjual maupun pembeli, salah satunya berkenaan dengan pengurangan biaya operasional dan memperluas sistem penjualannya ke berbagai daerah di Indonesia bagi penjual (Widagdo 2016). Selain itu para penjual juga dapat memaksimalkan keuntungan dengan adanya *e-commerce*, yaitu melalui beberapa program menarik yang sengaja dibuat oleh pihak *e-commerce* untuk menarik kehadiran pembeli pada *platform*-nya. Sebut saja salah satu *e-commerce* yang cukup terkenal di Indonesia, yaitu Shopee. Dengan berbagai program menarik setiap bulannya yang dikenakan pada tanggal-tanggal tertentu seperti 01.01; 02.02; 03.03 hingga di bulan terakhir yaitu 12.12, Shopee berhasil menarik banyak masyarakat untuk mengunjungi *platform* tersebut dan membeli berbagai produk di berbagai toko *online* yang bermitra dengannya dengan variasi harga yang jauh lebih murah daripada harga di hari biasa. Data yang disebutkan oleh Kompas (2021) menunjukkan bahwa setiap bulannya, *platform* Shopee dikunjungi sebanyak 126,99 juta jiwa serta merujuk pada data yang dirilis oleh SimilarWeb pada September 2021 lalu menyebutkan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi dibandingkan dengan *e-commerce* yang lain². Selain Shopee, dua situs *e-commerce* lainnya yang menduduki peringkat 3 besar, yaitu Tokopedia dan Lazada juga menunjukkan angka kunjungan konsumen yang terbilang tinggi, yaitu 144,8 juta dan 25 juta jiwa. Itu berarti dalam setahun, kunjungan masyarakat

pada *e-commerce* menunjukkan angka yang sangat tinggi dan hal ini juga dapat dikatakan bahwa minat belanja masyarakat Indonesia cukup tinggi, terlebih dengan hadirnya kemudahan berbelanja pada situs *e-commerce*.

Pembangunan infrastruktur dan pembangunan manusia merupakan dua hal yang cukup penting dalam terlaksananya proses jual beli *online* di Indonesia. *E-commerce* membutuhkan syarat tersedianya koneksi internet dan listrik yang memadai agar dapat berjalan dengan lancar. Dan saat ini pemenuhan kebutuhan energi listrik di Indonesia menjadi prioritas utama dalam pembangunan. Bentuk negara Indonesia yang berupa kepulauan dengan lebih dari 17.000 ribu pulau, membuat proses pembangunan infrastruktur listrik menjadi hal yang menantang, mengingat akses ke pulau-pulau kecil dengan kebutuhan listrik yang kecil akan membutuhkan biaya yang cukup tinggi. Namun demikian, dilansir dari berita kompas, PLN mencatat rasio elektrifikasi masyarakat Indonesia naik menjadi 99,30 persen hingga Maret 2021. Rasio elektrifikasi merupakan perbandingan jumlah rumah tangga yang telah teraliri listrik dengan jumlah total rumah tangga. Secara rinci dari 34 provinsi di Indonesia, sebanyak 30 provinsi sudah memiliki rasio elektrifikasi lebih dari 95 persen, 3 provinsi dengan rasio elektrifikasi masih di bawah 95 persen dan 1 provinsi dengan rasio elektrifikasi 100 persen. Itu berarti masih ada cukup banyak daerah-daerah kecil yang belum teraliri listrik. Sedangkan data dari Kominfo menunjukkan bahwa pembangunan infrastruktur internet atau telekomunikasi, pada tahun 2018, ada sekitar 11 persen wilayah Indonesia yang belum terjangkau jaringan seluler, yang berarti bahwa internet pun belum masuk ke daerah tersebut. Sejumlah 11 persen dari jumlah tersebut terdiri dari 5.300 desa yang 3.500 nya berada di Papua. Hal ini disebabkan daerah tersebut berada pada kawasan 3T (terdepan, terluar, tertinggal), sehingga menyulitkan akses pembangunan infrastruktur jaringan seluler di daerah-daerah tersebut (Nizam, 2008).

Pembangunan manusia yang dimaksud dalam syarat terlaksananya jual beli melalui *e-commerce* yaitu berupa pentransferan pengetahuan akan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, yaitu berupa perangkat pintar dan pengoperasian aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Masyarakat sebagai penjual maupun pembeli perlu belajar untuk mengoperasikan perangkat pintar dan juga aplikasi dari *e-commerce* itu sendiri untuk dapat

melakukan jual-beli. Pemahaman akan potensi media sosial sebagai sarana promosi pun juga perludimiliki oleh penjual. Dari sana, penjual akan belajar mengenai analisis kebutuhan pasar. Oleh karenanya, dibutuhkan waktu yang cukup lama memahami bagaimana cara kerja keduanya.

Hadirnya *e-commerce* tentunya memiliki dampak yang cukup berarti bagi masyarakat yang tidak memiliki akses pada perangkat pintar dan juga aplikasi *e-commerce*. Mau bagaimana pun, ketidakmerataan pembangunan infrastruktur seperti aliran listrik dan jaringan seluler serta ketidakmerataan pentransferan ilmu pengetahuan di sebagian daerah di Indonesia turut mendorong terjadinya ketimpangan ini. Di daerah pedesaan, masih banyak masyarakat yang memiliki UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan belum terjamah akan penggunaan aplikasi digital *e-commerce*. Data yang disebutkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melalui CNBC menyatakan bahwa pada tahun 2019, hanya 14% UMKM yang baru bergabung dengan *e-commerce* dari jumlah total 58 juta UMKM yang adadi Indonesia. Jika dikonversikan ke angka, 14 persen tersebut setara dengan 8 juta UMKM.

Jika fenomena ini didiamkan atau masyarakat dibiarkan untuk menjual produknya secara konvensional, produk yang dihasilkan oleh UMKM masyarakat tidak akan dapat berkembang dan meluas di pasaran. Masyarakat sebagai penjual dan pengrajin UMKM yang tidak memiliki akses terhadap perangkat pintar dan juga aplikasi *e-commerce* akan terus menerus berada jauh dibawah masyarakat yang memiliki akses terhadap keduanya. Padahal, UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi Indonesia. Maka menjadi penting untuk mengetahui teori apa yang mendasari fenomena tersebut dan bagaimana seharusnya negara memandang kejadian tersebut.

Tinjauan Pustaka

Hadirnya kemudahan dalam mengakses informasi melalui perangkat pintar dan juga aplikasi *e-commerce* merupakan salah satu fenomena masuknya globalisasi di Indonesia. Sebelum berbicara mengenai globalisasi, salah satu tokoh sosiolog, Giddens dalam (Azika 2019) menyebutkan istilah modernisasi terlebih dahulu. Modernitas tidak membatasi dan dibatasi ruang dan waktu. Awalnya, modernitas merupakan organisasi yang hadir di Eropa

sekitar abad ke 17 yang kemudian memberikan banyak pengaruh kepada dunia. Giddens melihat bahwa cara hidup yang dibawa oleh konsep modernitas telah mengubah semua jenis tatanan kehidupan sosial tradisional dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya, baik dalam ekstensionalitas maupun intensionalitas. Di bidang ekstensionalitas, modernitas berfungsi untuk membangun jejaring yang dapat menjangkau dunia sedang secara intensionalitas modernitas mengubah beberapa fitur yang paling intim dan pribadi dari keberadaan kita sebagai masyarakat di keseharian kita. Penjelasan ini dapat dilihat dari fenomena hadirnya teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan orang-orang yang berjarak untuk dapat saling bertukar informasi dan melakukan proses jual beli yang tadinya proses tersebut dilakukan secara konvensional atau tradisional.

Dari sanalah konsep mengenai modernitas dalam dimensi ruang dan waktu mempengaruhi pemikirannya mengenai globalisasi. Maksudnya adalah bahwa hadirnya fenomena tersebut dapat senantiasa menghubungkan ruang dan waktu di antara banyak orang atau peristiwa yang saling berjauhan.

Globalisasi digambarkan merombak cara hidup manusia secara besar-besaran. Selanjutnya Scholte (1997) dalam uraian tulisan Wahyudi (2003) menggambarkan bahwa globalisasi dipahami sebagai terjadinya perubahan-perubahan yang signifikan yang telah terjadi selama empat dekade terakhir dalam abad ke 20 di dunia. Perubahan-perubahan tersebut menunjuk pada peningkatan dalam hubungan batas wilayah (*cross border relations*), peningkatan dalam hubungan keterbukaan wilayah (*open border relations*) dan peningkatan dalam hubungan perubahan wilayah (*trans-border relations*). Fenomena globalisasi dibawa dari Barat kemudian membawa jejak kuat kekuasaan politik dan ekonomi Amerika. Dibalikinya, selalu ada konsekuensi yang tidak seimbang yang harus diterima oleh negara yang mempersilahkan globalisasi ini masuk. Globalisasi dipengaruhi oleh faktor utama yaitu hadirnya perkembangan sistem komunikasi di akhir tahun 1960-an. Globalisasi merambah tidak hanya pada apa yang ada “di luar”, tetapi juga merupakan fenomena apa yang terjadi “di sini”. Giddens & Sutton (2014) menambahkan bahwa percepatan globalisasi sejak tahun 1970-an ditandai dengan munculnya digitalisasi, teknologi informasi dan perbaikan dalam transportasi barang, jasa dan orang. Selain itu, perwujudannya juga berupa adanya organisasi jaringan lintas wilayah, bencana alam, produksi pabrik global, persenjataan global dan juga perubahan-perubahan dalam norma dan pemikiran orang sehari-hari sehingga globalisasi

dicirikan sebagai abad yang ‘melibatkan transendensi batas wilayah yang semakin pesat’ (Scholte, 1997) dalam tulisan Wahyudi (2003). Percepatan globalisasi ini memiliki konsekuensi yang luas. Keputusan yang diambil di satu lokasi akan dapat memiliki dampak yang sangat besar di lokasi yang lain, yaitu masyarakat lain yang jauh dan juga nation-state.

Metode Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha untuk memahami dan menyelidiki apa, mengapa, dan bagaimana proses terjadinya sesuatu peristiwa yang sedang diteliti (Fitrah dan Luthfiyah, 2017). Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Pada umumnya penelitian kualitatif menggabungkan data lapangan dan data kepustakaan, tetapi ada tidak semua penelitian membutuhkan data primer dan data yang dibutuhkan sudah ada dan bisa dijawab melalui data kepustakaan. Apalagi data kepustakaan menyimpan banyak sekali data- data baik dari penelitian terdahulu dan gejala- gejala terkini yang bisa membantu peneliti dalam memahami pendahuluan dari penelitian yang akan dilakukan. Metode ini sendiri berisi rangkaian kegiatan mulai dari mengumpulkan literatur, membaca, menganalisis dan mengolah data yang didapatkan untuk dijadikan sebagai sebuah hasil penelitian (Zed, 2014).

Maka dari itu, penulis memilih metode studi kepustakaan karena pertanyaan penelitian ini sudah bisa dijawab melalui data kepustakaan. Dalam hal ini, penulis menggunakan data dari buku, jurnal ilmiah, dan media massa berupa koran elektronik. Keabsahan dari data yang didapatkan penulis bisa ditinjau melalui relevansi dengan tema penelitian, kemutakhiran tahun literatur dan juga keaslian data yang didapatkan dari literatur yang ditemukan (Hermawan, 2019).

Hasil Penelitian

Fenomena ketimpangan pembangunan infrastruktur dan penggunaan perangkat pintar oleh masyarakat di Indonesia sebagai penjual dan pembeli apabila dilihat dari teori modernisasi Giddens (1990) dapat dijelaskan dengan sebab adanya kecepatan perubahan yang didorong oleh modernitas itu sendiri. Masyarakat yang masih menganut sistem jual-beli konvensional atau tradisional jauh lebih dinamis, tetapi kondisinya kecepatan perubahan

yang disebabkan oleh modernitas itu sendiri sangat ekstrem (sangat cepat). Oleh karenanya, ketika fenomena modernitas masuk ke Indonesia akan terjadi dua fenomena berurutan di belakangnya, yaitu masyarakat yang dapat mengikuti perubahan dengan kecepatan yang senada dan masyarakat yang belum bisa atau gagal mengikuti perubahan dengan kecepatan yang jauh lebih lambat. Dari sana dapat dilihat bahwa masyarakat sebagai penjual dan pembeli yang dapat mengikuti perubahan dengan kecepatan yang senada, akan dapat menyesuaikan hadirnya teknologi dan cara-cara baru dalam melakukan jual-beli melalui internet (*e-commerce*).

Apalagi jika hadirnya teknologi tersebut memudahkan mereka dalam mempromosikan barang-barang yang mereka jual, mengurangi biaya operasional toko, dan juga melakukan transaksi yang mudah dengan pembeli. *Cost* yang mereka keluarkan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi jauh lebih murah dibandingkan harus berjualan dengan cara konvensional atau tradisional. Sedangkan masyarakat yang belum bisa mengikuti perubahan karena tidak dapat mengimbangi kecepatan hadirnya modernitas ini pada akhirnya akan tetap berjalan di tempatnya yang semula. Mereka akan tetap berjualan dengan membuka toko dan menawarkan barang dagangannya secara tradisional. Namun demikian, proses perubahan yang terjadi pada masyarakat di Indonesia berkaitan dengan sistem jual-beli *online* ini juga tidak lepas dari hadirnya negara sebagai kontrol atas pembangunan.

Diskusi Penelitian

Negara sebagai pihak yang memiliki kontrol atas pembangunan menyambut hadirnya globalisasi dengan tangan terbuka karena hal ini sejalan dengan rencana pembangunan di Indonesia. Langkah demi langkah, Indonesia mulai membenahi infrastrukturnya dengan dimulai dari kota metropolitan yang memiliki penduduk yang padat. Namun demikian pembangunan infrastruktur harus dilakukan berurutan dari mulai pusat ibukota hingga ke daerah-daerah.

Dalam fenomena tersebut, globalisasi membuat tekanan-tekanan ke bawah dan ke samping bagi otonomi lokal, yaitu zona-zona ekonomi dan budaya baru di dalam masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi tetap melibatkan pasar kapitalis dalam prosesnya karena adanya hubungan yang terjalin antara perusahaan ekonomi yang kompetitif dengan

proses komodifikasi yang digeneralisasi. Itulah mengapa, Giddens memasukkan ekonomi kapitalis dunia dalam salah satu dimensi yang ada di dalam globalisasi (Azkia, 2019).

Globalisasi dipandang berkaitan dengan proses pembangunan yang tidak merata sehingga berujung pada ketimpangan. Hal tersebut terjadi sehubungan dengan perubahan ekonomi, dimana produksi, kepemilikan dan proses ekonomi sangat berkaitan dengan ruang dan waktu (Potter et al, 2008). Ada sebagian dari masyarakat yang memang tidak dapat tersentuh oleh globalisasi. Di Indonesia, saat ini salah satu nawacita di pemerintahan Presiden Jokowi melakukan pembangunan di daerah pinggiran dengan menguatkan sisi sosial, ekonomi, dan pembangunan sumber daya manusia. Hal ini dilakukan melalui program pembangunan daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) yang saat ini pelaksanaannya sudah mulai dilakukan di daerah kawasan perbatasan lintas batas Negara. Adanya upaya dari pemerintah terkait. Namun demikian, berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan Situmorang & Ayustia (2019) di kabupaten Bengkayang, masih ada beberapa desa yang belum teraliri listrik, air bersih serta infrastruktur lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa memang pembangunan yang ada di Indonesia masih belum merata sehingga menimbulkan adanya ketimpangan di beberapa daerah.

Cochrane (1995) dalam Potter et al (2008) menambahkan bahwa akses masyarakat terhadap budaya barat yang masuk sangat bervariasi berdasarkan pendapatan dan status sosial. Pandangan tersebut memberikan tambahan penjelasan bahwa selain pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah, hal lain yang membuat masyarakat tidak bisa mendapatkan akses atas perangkat lunak dan juga akses jaringan internet adalah berupa pendapatan dan status sosial mereka. Masyarakat sebagai penjual dan pembeli yang memiliki pendapatan menengah ke atas dengan status sosial yang cukup baik memiliki akses mampu untuk membeli perangkat pintar dan jaringan internet, sedang mereka yang masyarakat yang memiliki pendapatan rendah memiliki keadaan yang sebaliknya.

Kesimpulan

Berdasarkan fenomena dan pembahasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa fenomena hadirnya *e-commerce* di Indonesia merupakan salah satu bentuk masuknya globalisasi dari Amerika ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan meluasnya digitalisasi terutama di bidang perekonomian yang dapat membantu para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi

dengan mudah dan cepat. Namun demikian, dibalik adanya kemudahan dalam menjalankan aktivitas masyarakat, globalisasi jugamembawa ketimpangan pada pembangunan manusia dan pembangunan infrastruktur yang disebabkan adanya kecepatan perubahan yang didorong oleh globalisasi itu sendiri.

Pemerintah dalam merespon hadirnya globalisasi turut mencanangkan program pembangunan daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) dengan tujuan pemerataan pembangunan meski hasilnya pun masih ada beberapa daerah yang belum terjamah akan pembangunan tersebut.

Referensi

- Azkie, L. (2019). Globalisasi Sebagai Proses Sosial dalam Teor-Teori Sosial. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 8(1), 13-27.
- Fitrah, Luthfiyah. (2017). Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. Sukabumi : CV Jejak.
- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2014). *Essential concepts in sociology*.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode. Kuningan : Hidayatul Quran Kuningan.
- Mestika Zed. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nizam, M. (2008). Pembangkit listrik terdistribusi (Distributed Generation) sebagai upaya pemenuhan kebutuhan energi listrik di Indonesia. *Mekanika*, 7(1).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Modus* 27 (2). Doi: 10.24002/modus.v27i2.554
- Potter, RB., Binns, T., Elliott, JA., Smith, D. *Geographies of Development, An Introduction to Development Studies*. Gosport: Ashford Colour Press
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan electronic commerce (e-commerce) di Indonesia. *Researchgate Article*.